

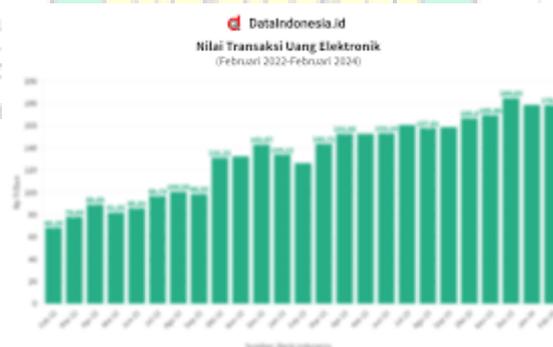
BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan berkembangnya globalisasi, terdapat kebutuhan yang semakin besar bagi konsumen khususnya mahasiswa untuk menjadi lebih tertarik pada hal-hal tertentu. Dengan semakin banyaknya keinginan manusia yang tak terhitung jumlahnya dan tidak ada habisnya berdampak pada cara hidup konsumen khususnya mahasiswa pada umumnya yang lebih konsumtif. Pemanfaatan teknologi masa kini sebagai alat pembayaran nontunai yang dikenal dengan nama uang elektronik (*electronic money* atau *e-money*) merupakan salah satu pendorong perilaku konsumen khususnya mahasiswa. Kemajuan ini membuat penggunaan uang elektronik menjadi lebih efisien, aman, cepat, dan nyaman.

Gambar 1.1 DataIndonesia.id-Nilai Transaksi Uang Elektronik Bulan Februari 2022 - 2024



Bank Indonesia (BI) melaporkan, nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp178,37 triliun pada Februari 2024. Jumlah itu turun 0,11% dibandingkan

pada bulan sebelumnya (month-to-month/mtm) yang sebesar Rp178,57 triliun.¹ Pada bulan selanjutnya, yaitu Maret dan April yang mana secara historis, transaksi uang elektronik memang selalu mengalami peningkatan ketika momen Ramadhan hingga Idul Fitri, yang mana jatuh pada bulan Maret hingga April. Contoh saja, data Bank Indonesia (BI) pada Maret dan April 2024, nilai transaksi belanja uang elektronik secara berturut-turut bisa meningkat hingga 13,4% dan 6,1% secara bulanan.

Corporate Secretary Bank Mandiri Teuku Ali Usman bilang bahwa pihaknya mencatat penggunaan kartu *e-money* selama arus mudik 2024 mengalami kenaikan 28% dibandingkan penggunaan harian. Pada hari normal, rata-rata nilai transaksinya sebesar Rp 65 miliar. Ia pun mengungkapkan per akhir Maret 2024, volume transaksi kartu *e-money* sudah mencapai 350 juta transaksi dengan nominal sekitar Rp 6 triliun. Jumlah tersebut mengalami peningkatan 14% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya.²

Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 menyatakan bahwa uang elektronik adalah suatu alat pembayaran yang memenuhi persyaratan sebagai berikut: diterbitkan sesuai dengan jumlah uang yang telah disetorkan oleh pemegang kepada penerbit terlebih dahulu, nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegangnya dan dikelola oleh penerbitnya bukan merupakan simpanan

¹ Monavia Ayu Rizaty, "Data Nilai Transaksi Bulanan Uang Elektronik pada Februari 2023-Februari 2024 - DataIndonesia.id," DataIndonesia, May 2, 2024, <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-nilai-transaksi-bulanan-uang-elektronik-pada-februari-2023februari-2024>

² Adrianus Octaviano, "Transaksi Uang Elektronik Perbankan Melesat Saat Libur Lebaran," Kontan, April 17, 2024 <https://amp.kontan.co.id/news/transaksi-uang-elektronik-perbankan-melesat-saat-libur-lebaran>

sebagaimana dimaksud dalam peraturan UU yang mengatur mengenai perbankan, dan nilai uang elektronik disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip* dan digunakan sebagai bentuk pembayaran kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik tersebut.³

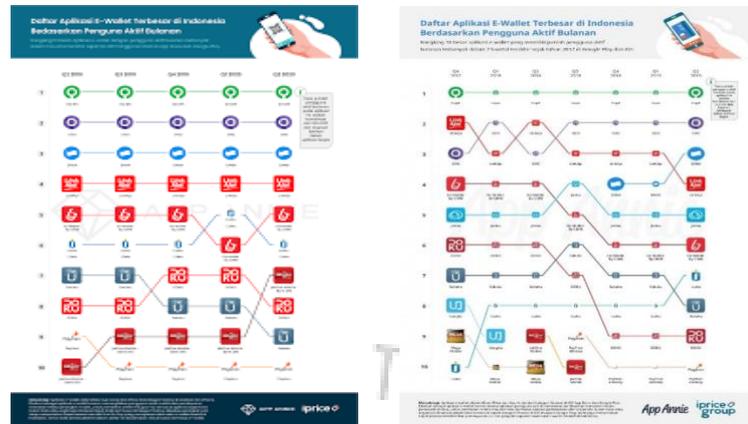
Aplikasi pembayaran elektronik GoPay baru saja didirikan pada tahun 2016 dan menjadi GoTo Financial pada tahun 2021. Salah satu platform yang digunakan sebagai media transaksi metode pembayaran adalah aplikasi Gojek. Platform digital yang dapat dioperasikan sepenuhnya oleh pengguna smartphone Android atau iOS dan dilengkapi saldo GoPay. GoPay adalah sejumlah uang atau dana dalam bentuk uang elektronik atau disebut juga *e-money* yang dapat diakses melalui aplikasi Gojek dan digunakan untuk berbagai transaksi keuangan, antara lain isi ulang, cek saldo, dan pembayaran di bidang lain.

GoPay merupakan layanan dompet digital yang menawarkan beragam transaksi di beberapa partner/platform merchant, yang mana adalah merupakan aplikasi keuangan yang cerdas (*smart financial apps*). GoPay memulai debutnya pada tahun 2016 dan beroperasi di bawah pengawasan PT Dompet Anak Bangsa. Sebagai bagian dari ekosistem Gojek, perusahaan on-demand berbasis aplikasi terbesar di Asia Tenggara, GoPay memiliki misi membantu jutaan keluarga Indonesia untuk memiliki akses kepada berbagai layanan dan produk jasa keuangan

Di sisi lain, pada tahun 2019, Gojek melalui GoPay menjadi satu-satunya perusahaan Indonesia yang masuk dalam Daftar Perusahaan Yang Mengubah Dunia versi Majalah Fortune.

³ Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI 2018 tentang Uang Elektronik

Gambar 1.2 kondisi persaingan produk *e-wallet* Indonesia



Menurut studi yang dilakukan oleh Dailysocial dan iPrice Group antara kuartal kedua tahun 2020 dan kuartal keempat tahun 2017, Gopay adalah dompet digital paling populer baik dari segi volume unduhan dan kategori pengguna aktif bulanan.⁴ Basis pengguna terbesar dalam kategori produk ini terdiri dari pengguna organik, yang juga paling banyak jumlahnya. Berdasarkan temuan survei Ipsos yang dilakukan pada kuartal pertama tahun 2020, Gopay dilaporkan memiliki persentase pengguna organik terbesar, dengan sekitar 54% pengguna dompet digital memiliki setidaknya satu loyalitas Gopay jangka panjang.⁵

⁴ Devita, Vivin Dian. “Siapa Aplikasi E-Wallet Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia?” Iprice. 2019

⁵ Ipsos.com. *EVOLUSI INDUSTRI DOMPET DIGITAL: STRATEGI MENANG TANPA BAKAR UANG*. 2020 https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferencc_-_e-wallet_-_id_0.pdf

Gambar 1.3 Status pengguna organik dalam produk *e-wallet*



Kediri adalah salah satu kota berkembang di Jawa Timur, terbukti dengan banyaknya industri dan bisnis yang didirikan di sana setiap tahunnya. Produk waralaba diperkirakan akan berkembang baik, seperti halnya *department store* dan semakin banyaknya bioskop yang baru dibuka. Fenomena ini dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan kewaspadaan dan kesadaran pada orang lain. Karena konsumen khususnya mahasiswa Kediri, bisnis akan memiliki peluang untuk menghasilkan lebih banyak uang. Karena Kediri cocok dengan definisi konsumtif. Namun sebaliknya pada masa revolusi bisnis di Industri 4.0 menghadapi beberapa tantangan dari para pesaing yang mencoba menjual produk mereka. Akibatnya, dunia usaha semakin berupaya mengembangkan strategi dan penawaran yang mempromosikan produk mereka untuk mempengaruhi keputusan konsumen khususnya mahasiswa mengenai apa yang akan dibeli. Menurut Swasta, ada beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain

jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan dibeli, lokasi dan waktu pembelian, harga, dan cara pembayaran.⁶

Karena pesatnya kemajuan teknologi dan kemudahan akses informasi yang diterima oleh konsumen khususnya mahasiswa kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, dan Surabaya merupakan pengguna awal pembayaran online. Namun dengan berjalan nya waktu, kini sudah saatnya Kediri mulai merasakan manfaat kemajuan informasi dan teknologi yang dapat meningkatkan taraf hidup mereka. Jika mereka membawa gadget yang sudah tersedia di website Gopay dan sudah terisi saldo, mereka tidak perlu khawatir lupa membawa uang tunai karena bisa melakukan pembayaran secara online kapan saja dan di mana saja.

Teknologi adalah segala daya upaya yang dapat dilaksanakan oleh manusia untuk mendapat taraf hidup yang lebih baik. Teknologi juga merupakan faktor pendorong dari fungsi produksi, dapat dikatakan demikian karena jika suatu teknologi yang digunakan lebih modern maka hasil produksi yang akan tercapai akan menghasilkan barang atau jasa yang lebih banyak dan lebih efisien atau efektif.⁷ Islam tidak melarang bentuk teknologi selagi tidak bertentangan dengan ajarannya. Al-Quran malah memberitakan bahawa manusia adalah khalifah di atas muka bumi dan Allah menempatkan posisi alam ini untuk digunakan oleh manusia dengan usaha-usahanya yang baik. Firman Allah SWT:

⁶ Dinawan, Muhammad Rhendria, “Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume IX, No. 3, halaman 335-369, 2010.

⁷ Zahrul Muttaqin, et. al., *Manajemen Teknologi Agribisnis* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 19

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ

بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : “Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”. (al- Baqarah 2: 29).⁸

Berdasarkan fenomena dan deskripsi yang telah diberikan, serta hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa banyak faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi penggunaan *mobile payment e-money* meskipun belum menunjukkan konsisten antar penelitian sebelumnya. Berdasarkan beberapa alasan dan penjelasan diatas, maka peneliti berniat untuk mengajukan penelitian yang berjudul **“Analisis Penggunaan Aplikasi *E-Money* Gopay Terhadap Minat Beli Mahasiswa FSE UIT Lirboyo Kediri Pengguna Gopay”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana analisis penggunaan aplikasi *e-money* Gopay terhadap minat beli konsumen?
2. Bagaimana dampak pembayaran menggunakan *e-money* Gopay bagi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi UIT Lirboyo Kediri?

⁸ Kementerian Agama RI Direktorat Urusan Agama Islam. Al-qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: , Kementerian Agama RI, 2012). h. 6

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui alasan penggunaan aplikasi Gopay terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak pembayaran menggunakan *e-money* Gopay, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi UIT Lirboyo Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan judul penelitiannya, penelitian ini dipisahkan menjadi kegunaan teoritis dan praktis, yang pada umumnya, secara garis besar harapannya dapat memberikan kontribusi positif bagi kemajuan penelitian, komunikasi, dan hubungan konsumen/ *consumer relations* (CR).

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Temuan penelitian ini secara teoritis dapat memberikan pencerahan lebih jauh mengenai fenomena penggunaan Gopay di ranah publik Kota Kediri, khususnya bagi pengguna Gopay yang merupakan mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi UIT Lirboyo Kediri.
 - b. Hasil penelitian ini akan sangat membantu dalam mengembangkan program studi komunikasi bisnis, khususnya dalam bidang ilmu humas dan khususnya dalam kajian fenomena penggunaan Gopay yang digunakan oleh warga Kota Kediri, khususnya mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi UIT Lirboyo Kediri.

- c. Penelitian ini akan menjadi bahan masukan, data, referensi, dan untuk melengkapi bahan kepustakaan bagi siapa saja yang memerlukannya, terutama para praktisi dan akademisi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memikirkan respon terhadap fenomena penggunaan Gopay di kalangan warga kota Kediri, khususnya mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi UIT Lirboyo Kediri.
- b. Karena peneliti berperan aktif sebagai *user* Gopay, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait penggunaan Gopay.
- c. Temuan penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti lainnya yang akan mengambil objek terkait dengan menjadikannya bahan rekomendasi, ide, saran, informasi, dan masukan positif.

E. Definisi Operasional

1. *E-Money* Gopay

Menurut Rivai (2001), uang elektronik mengacu pada metode pembayaran yang dapat diperoleh melalui setoran uang dalam jumlah tertentu kepada penerbit atau dengan mendebet rekening di bank.⁹ Dan nilai uang

⁹ Veithal Rivai, dkk., 2001, *Bank and Financial Institution Management*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hal 1367.

tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media nilai uang elektronik tersebut. Namun menurut Hidayati (2006:4), pengertian uang elektronik atau yang disebut *E-Money* mengacu pada definisi yang diberikan oleh *Bank of International Settlement*.¹⁰ Ini didefinisikan “*stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a customer is stored on an electronic device in the customer’s possession*” (nilai tersimpan atau produk prabayar di mana sejumlah uang disimpan di dalam perangkat elektronik milik pengguna).

Uang elektronik bersifat prabayar (*prepaid*), artinya sejumlah uang yang telah ditentukan disimpan dalam perangkat elektronik milik seseorang, dan memiliki nilai simpanan (*stored-value*). Ketika konsumen khususnya mahasiswa menggunakan uang elektroniknya untuk melakukan pembayaran, nilai uangnya menurun. *E-money* berbeda dari produk sekali pakai seperti kartu telepon karena dapat digunakan untuk berbagai tujuan dan metode pembayaran (*multi purpose*). Salah satu jenis transfer uang elektronik adalah *Electronic Funds Transfer (EFT)*.¹¹

Ungkapan uang elektronik mengacu pada istilah dan bidang yang menarik. Penggunaan uang elektronik atau digital sampai saat ini sudah tidak dalam skala yang kecil lagi, karena *kriptografi* telah merambah hampir di setiap

¹⁰ Siti Hidayati, dkk., 2006, *Operasional E-Money*, Jakarta: BI, hal. 1.

¹¹ Id.wikipedia.org. *Uang Elektronik*. Diakses pada tanggal 21 April 2024.

industri. Sebagai ilustrasi, pertimbangkan kesuksesan yang dialami di luar negeri dengan diperkenalkannya kartu *Octopus Hong Kong*, yang dimulai sebagai metode pembayaran transit dan berkembang menjadi sistem tunai yang kini banyak digunakan di negara-negara tersebut secara keseluruhan. Prestasi penting lainnya termasuk jaringan *Interac Kanada*, yang pada tahun 2000 melewati pembayaran tunai di ritel Kanada.

Secara teori, uang elektronik, dapat berfungsi sebagai mata uang yang berdiri sendiri seperti Euro dan *e-Gold*. Mayoritas uang di dunia saat ini sudah berbentuk elektronik, dan penggunaan uang tunai mulai menurun. Dengan kemudahan akses internet, perbankan online, kartu debit dan kredit, berbagai metode pembayaran online, serta perdagangan online, uang kertas dan koin secara bertahap akan menjadi usang.

Yang dimaksud dengan *E-Money* Gopay adalah dompet digital serba bisa atau uang elektronik yang dikembangkan oleh PT Dompet Anak Bangsa sebagai pengganti uang tunai. Ini dapat digunakan untuk berbagai tujuan, dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek dan ratusan Rekan Usaha, hingga mengirim atau menerima uang dengan mudah termasuk membayar pembelian yang dilakukan di toko dan transaksi lain yang melibatkan penyedia barang dan jasa.¹²

2. Minat Beli Mahasiswa

Minat membeli menurut Kotler dalam Abzari dkk. (2014), merupakan perilaku dimana pelanggan memilih dan mengkonsumsi suatu produk karena

¹² <https://gopay.co.id>. Data diakses pada tanggal 22 April 2024.

keinginannya.¹³ Minat beli akan timbul jika seorang konsumen khususnya mahasiswa telah mempunyai pengaruh terhadap mutu dan kualitas suatu produk, termasuk informasi produk, maka akan terjadi pembelian. Engel menyatakan dalam Nih Luh Julianti (2014) bahwa ketertarikan seseorang terhadap suatu produk dapat menjadi motivator atau pendorong yang bersifat bawaan dan dapat menginspirasi seseorang untuk mengambil tindakan.¹⁴ Hal ini mencakup memperhatikan suatu produk secara selektif dan wajar, tanpa paksaan, kemudian mengambil keputusan pembelian.

Minat beli konsumen adalah proses dimana konsumen memilih dari berbagai merek yang telah dipilih sebelumnya dan pada akhirnya membeli produk dari merek yang mereka sukai, atau tahapan dimana pelanggan membeli suatu barang atau jasa berdasarkan berbagai macam pertimbangan.¹⁵ Karena setiap orang mempunyai sikap dan cara pandang yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama, maka dapat dikatakan bahwa perilaku minat setiap orang adalah unik. Selain itu, terdapat perbedaan antara kebutuhan dan keinginan berbagai segmen pelanggan. Oleh karena itu, banyak faktor yang terus mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli.¹⁶

¹³ Kotler dalam Abzari, et al. *Pengaruh Store Image, Store Atmosphere, Brand Association dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen The Body Shop di Java Mall Semarang). Diponegoro. Journal of Social and Politic. Tahun 2014. Hal 1-10.2014*

¹⁴ Ni Luh Julianti. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai. Jurnal Vol. 4 No. 1.2014*

¹⁵ Pramono., Sukmawati, Sri. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press: Jakarta.2012.*

¹⁶ Silaen, Elsa., Prabawani, Bulan. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 8, No. 4. Pp. 1-9. 2019.*

3. *E-Money* Menurut Perspektif Islam

Kemajuan teknologi perdagangan dan bisnis yang menggunakan media elektronik yang akhir-akhir ini memang semakin berkembang dan marak di Indonesia. Kemajuan teknologi juga merupakan faktor pendorong dari fungsi produksi, dapat dikatakan demikian karena jika suatu teknologi yang digunakan lebih modern maka hasil produksi yang akan tercapai akan menghasilkan barang atau jasa yang lebih banyak dan lebih efisien atau efektif. Hal ini pun menjadi perhatian konsumen khususnya mahasiswa dari sudut pandang syariah (hukum islam) lebih dari itu, ini menjadi suatu tantangan bagi hukum islam dimana harus menjawab secara cepat dan tepat, pada dasarnya semua hal dalam bermuamalah adalah boleh sesuai dengan kaidah fiqih:

والأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى يقوم دليل على البطلان والتحريم

Hukum asal dalam berbagai perjanjian dan muamalat adalah sah sampai adanya dalil yang menunjukkan kebatilan dan keharamannya. (I'lamul Muwaqi'in, 1/344)

Maksud prinsip ini adalah bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa-menyewa, gadai, kerja sama (mudharabah dan Musyarakah), perwakilan, dan lain-lain. Kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, judi, dan riba.¹⁷

¹⁷ A. Djazuli, Kaidah-Kaidah Fiqih: *Kaidah- Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis* (Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2006), h. 128-137

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “Analisis Penggunaan Aplikasi *E-Money* Gopay terhadap Minat Beli Mahasiswa FSE UIT Lirboyo Kediri Pengguna Gopay” membuat peneliti menganalisis sejumlah penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan penelitian-penelitian sebelumnya dan memberikan informasi yang terkini dan relevan dengan topik yang diteliti. Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi. Antara lain :

1. Penelitian yang pertama dilakukan oleh Monica dan Sukresna (2016),¹⁸ melakukan penelitian dengan judul “Analisis pengaruh kualitas produk dan nama merek terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pengguna *E-Toll* card Tahun 2015 di Kota Semarang)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan nama merek terhadap keputusan pembelian *E-Toll* di kota semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas dan nama merek terhadap keputusan pembelian *E-Toll* di kota semarang. Penelitian ini berlokasi di kota semarang Jawa Timur, Indonesia. Adapun hasil ini diperoleh dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Perbedaan penelitian terdahulu, yaitu terdapat pada obyek penelitian pada pengguna *E-Toll card*. Sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan

¹⁸ Sekarini, D. Monica, and I.M. Sukresna. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna E-Toll Card Tahun 2015 Di Kota Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 3 : 525–37. 2016.

obyek penelitian pengguna Go-Pay. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang keputusan pembelian.

2. Penelitian yang kedua dilakukan oleh Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016)¹⁹, melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus masyarakat kota Semarang)” Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik. Sedangkan persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik, dengan kata lain semakin rendah resiko maka makin tinggi minat pengguna menggunakan layanan *electronic money*. Perbedaan penelitian ini mengkaji masalah kemudahan, kepercayaan dan resiko menggunakan uang elektronik. Adapun persamaan dalam penelitian ini membahas pengaruh kemudahan dan minat penggunaan uang elektronik.
3. Penelitian ketiga, dilakukan oleh Alifatul Laili Ramodloniyah, Dwi Hari Prayitno (2018)²⁰, melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Money*

¹⁹ Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi resiko Terhadap minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5.2 (2016): 127-135.

²⁰ Alifatul Laili Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno. “Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *E-Money* Pada Bank Bri Lamongan.” *Jurnal penelitian Ekonomi dan Akutansi (JPENSI)* 3.2 (2018):699.

Pada Bank BRI Lamongan.” Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* dalam hal ini variabel-variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, dan persepsi manfaat berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah PT. BRI cabang Lamongan. Perbedaan penelitian ini mengkaji masalah persepsi daya guna terhadap minat nasabah dalam menggunakan *E-Money*. Adapun persamaan dalam penelitian ini membahas manfaat, kemudahan dan kepercayaan minat menggunakan uang elektronik.

4. Penelitian yang keempat dilakukan oleh Siti Rodiah Inayah Sari Melati (2020)²¹, melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik (*E-Wallet*). Perbedaan Penelitian ini mengkaji masalah minat menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang. Adapun persamaan dalam penelitian ini membahas pengaruh kemudahan, Manfaat, kepercayaan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

²¹ Siti Rodiah, and Inayah Sari Melati. “Pengaruh kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang.” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1.2 (2020):66-80.

5. Penelitian yang kelima dilakukan oleh Yosua Arent Lonardo Aritonang, Anton Arisman (2017)²², melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *E-Money* (studi pada pengguna GoPay)”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *E-Money*, persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Money*. Perbedaan penelitian ini mengkaji masalah faktor-faktor terhadap minat menggunakan *E-money*. Adapun persamaan dalam penelitian ini membahas pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap minat menggunakan Go-Pay.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I: Berisi pendahuluan yang memuat tentang berbagai ketentuan formal sebuah penelitian ilmiah yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, serta sistematika penulisan.

Bab II: Merupakan kajian pustaka yang memuat tentang dampak *E-Money* Gopay dan minat beli mahasiswa

²² Yosua Arent Lonardo Aritonang, and anton arisman. “Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *E-money* (Studi kasus pada pengguna Go-Pay).”J. Akunt. STIE Multi Data Palembang (2017).1-17

Bab III: Metode Penelitian berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Menjelaskan tentang paparan data, temuan penelitian, dan pembahasan.

Bab V: Menjelaskan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

